

номера 2016 года. Таким образом, получилось, что редакция претворила в жизнь мечты жителей разных населенных пунктов.

В 2016 году мы решили повторить акцию. Правда столкнулись с тем, что большинство желаний были меркантильными, и выбрать три заветных, подъемных для нас, было не просто. Тем не менее, мы смогли это сделать. Воспитательница одного из детских садов Бакала попросила устроить сюрприз для своих воспитанников. Благодаря местному предпринимателю, каждый ребенок получил по небольшой игрушке. О своей мечте рассказали нам в письме другие бакальцы – сотрудники библиотеки. Они проводят множество новогодних мероприятий без главной виновницы торжества – пушистой елки. С помощью бизнесмена, героя ряда наших материалов, это желание было осуществлено. Третья, самая оригинальная мечта из этого списка, – просьба школьницы из Сатки побывать в кресле главы Саткинского района. Руководитель муниципалитета с радостью согласился поучаствовать в акции и показал девочке свой кабинет. Отчету про акцию мы посвятили разворот первого номера 2017 года.

Цель проекта была достигнута – мы подарили жителем ощущение предновогоднего чуда. Эта акция сыграла положительную роль в формировании имиджа районного издания.

Еще одним способом привлечения потенциальной аудитории стали выездные дни подписчика на территориях района и корпоративной подписки в организациях. В течение ноября-декабря прошлого года сотрудники редакции побывали во всех населенных пунктах Саткинского района. Жители поселков имели возможность оформить полугодовую подписку на «СР» по льготной цене и обратиться к корреспондентам с предложениями и вопросами. Такую форму общения с читателями мы планируем практиковать постоянно.

Ставка на обратную связь и максимальное вовлечение аудитории в информационный процесс позволила нашей редакции остановить падение тиража. К 2017 году мы подошли с небольшим приростом. Выписывать печатное издание стали даже те, кто раньше принципиально читал только наши новости на сайте и в социальных сетях.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Верховская А. И. Новые формы социальной активности и их отражение в СМИ [Электронный ресурс]. – URL: <http://library.ua/m/articles/view> (дата обращения. 26.03.2016).
2. Луков В. А. Социальное проектирование [Электронный ресурс]. – URL: [http://dedovkgu.narod.ru/bib/lu\\_kov.htm](http://dedovkgu.narod.ru/bib/lu_kov.htm) (дата обращения: 15.03.2016).

*К. Г. Драницина*

### **ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ЛОНГРИДОВ РЕГИОНАЛЬНЫМИ СЕТЕВЫМИ ИЗДАНИЯМИ: НА ПРИМЕРЕ NEWSTRACKER.RU**

Лонгрид как формат подачи журналистского материала получил свое начало с проекта New York Times «Snow Fall», вышедшего в 2012 году. Команда высококлассных специалистов американского издания потратила около девяти меся-

цев, чтобы сверстать с нуля интернет-страницу, разделенную на шесть логических частей и содержащую текст объемом более 16 000 слов, иллюстрации, живые комментарии людей, видео, слайд-шоу, 3D-графику, инфографику, аудиодорожки и аудиоэффекты [6; с. 181].

Формат тут же заинтересовал теоретиков и практиков медиа во всем мире, что в течении последующих нескольких лет в России вылилось в следующие тенденции:

- лонгриды стали апробировать федеральные издания: появились такие проекты, как «Всем миром. Год спустя» (Первый канал) [3], «15 лет Путина: начало новой эры» (ТАСС) [1], «Земля отчуждения» (Коммерсантъ) [4] и другие;
- лонгрид начинают использовать не только в журналистских целях для рассказывания актуальных и необычных историй (сторителлинга), но и в коммерческих, например, оформления нативной рекламы, посадочных страниц или лендингов;
- возникает множество платформ-конструкторов для верстки лонгридов, позволяющих подготовить страницу без программирования, что приводит к постановке подобных проектов на поток.

Среди теоретиков медиа нет единого мнения в вопросе определения понятия «лонгрид» [2, 6, 8]. Принимая во внимание вышеназванные тенденции, связанные с развитием данного формата, в нашей работе под «лонгридом» мы будем понимать «стандартный текст с обилием мультимедийных иллюстраций, сверстанный на специальной платформе, часто сопровождающийся инфографикой или реализованный через инфографику» [2].

Несмотря на то, что создание лонгрида – это творческий процесс, и каждый проект уникален в своем роде, со временем в среде массмедиа сложилось представление о работе над лонгридом как об алгоритме, соблюдая все этапы которого можно создать качественный продукт, до минимума сократив временные и трудовые затраты.

Основатель MediaToolbox Всеволод Пуля делит работу над лонгридом на восемь этапов [7]: формулировку идеи, сбор команды и распределение обязанностей (в зависимости от идеи и задач, Пуля рекомендует задействовать не только пишущих журналистов, но и фотографов, фоторедакторов, операторов, специалистов по работе с большими объемами данных), составление плана проекта (создание макета, описание этапов работы над проектом и постановку дедлайнов), подготовку материала (Пуля рекомендует сделать процессы параллельными там, где это возможно, чтобы сократить время работы над проектом), выбор технической платформы для публикации (например, [atavist.com](http://atavist.com), [medium.com](http://medium.com), [readymag.com](http://readymag.com), [tilda.cc](http://tilda.cc), [stampzy.com](http://stampzy.com) и другие), верстку и дизайн (сбор материала в единое целое, оформление в едином стиле), публикацию (проверку корректности отображения на всех устройствах и во всех браузерах, отправку материала в поисковые агрегаторы, добавление счетчика Google Analytics или Яндекс-Метрики для отслеживания посещаемости и поведения пользователя на сайте), продвижение (регулярное напоминание

аудитории о проекте в различных формах как до публикации, так и после с целью собрать как можно более широкую аудиторию).

Автор статьи, работая на протяжении года бильд-редактором ставропольского информационного агентства «NewsTracker», регулярно выпускающего как журналистские, так и коммерческие лонгриды, на примере опыта данной редакции выяснил, насколько теоретическая разработка В. Пули соответствует практике небольшого регионального издания.

Отметим, что, по данным Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт», Ставропольский край в 2015 году получил категорию «С» («недостаточно развитые регионы») индекса развития медиасферы в Российской Федерации [5], а в 2016 году улучшил показатели и в том же рейтинге ему была присвоена категория «В» («развитые регионы») [9].

В ходе сравнительного анализа было выявлено следующее:

- редакция не может себе позволить иных специалистов, кроме штатных сотрудников редакции, поэтому в создании проекта обычно участвуют: редактор (если проект журналистский) или менеджер по работе с клиентами (если проект коммерческий), журналист, оператор, бильд-редактор, корректор;
- «макет проекта» оформляется только в случае работы над коммерческим проектом и представляет собой список данных, которые необходимо запросить у заказчика: фото, видео, данные для инфографики и т. д.;
- редакция не в состоянии оценить, сколько времени занимает подготовка одного материала и из чего она складывается, в результате сроки сдачи проектов оказываются неадекватными и часто не соблюдаются;
- описание этапов работы над проектом не составляется, создание материала происходит стихийно, отсутствию дедлайны по каждому этапу, что приводит к срыву общих сроков проекта;
- выбор платформы для верстки лонгрида происходит, не исходя из идеи проекта, а предопределен заранее: редакция использует одну платформу для верстки всех проектов, что, с одной стороны, может привести к шаблонности в работе над лонгридами, но с другой – экономит средства и позволяет тщательно изучить возможности платформы всем сотрудникам;
- параллельно с подготовкой материала происходит и его верстка: журналист предоставляет бильд-редактору черновик текста, а менеджер просит сверстать «примерный макет», что приводит к необходимости многократно перерабатывать фрагменты проекта;
- процессы выполняются параллельно там, где это возможно, однако это часто приводит к тому, что части контента оказываются не связаны между собой логически, и при восприятии цельного материала у читателя возникает диссонанс;
- осуществляется проверка корректного отображения на компьютерах и мобильных устройствах, отправка в поисковые агрегаторы;
- отсутствует работа со счетчиками метрики: редакция не анализирует поведение пользователя при просмотре конкретного проекта, поэтому каж-

дый следующий проект делается «вслепую», без каких-либо представлений о том, какие элементы интересны аудитории, а какие – нет;

- продвижение проекта начинается и заканчивается баннерами на сайте и единственным постом в социальных сетях.

В качестве причин такого стиля работы редакции с форматом лонгрида можно назвать, на наш взгляд, следующие: небольшой бюджет и как следствие отсутствие в штате узких специалистов, отсутствие регламента работы сотрудников, их материальной и нематериальной мотивации (заработная плата всех сотрудников фиксирована и не зависит ни от каких внешних обстоятельств) и системы корпоративного обучения.

Таким образом, опыт редакции NewsTracker.ru показывает, что рекомендации В. Пули не всегда справедливы для регионального издания в силу его специфики: часть из них не выполняется по вышеназванным причинам, а некоторые представляются нерациональными в данных условиях.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. 15 лет Путина: начало новой эры [Электронный ресурс]. – URL: <http://putin15.tass.ru/> (дата обращения: 12.03. 2017).
2. Все больше людей предпочитают смотреть, а не читать [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.gazeta.ru/tech/2015/09/22\\_a\\_7770989.shtml](https://www.gazeta.ru/tech/2015/09/22_a_7770989.shtml) (дата обращения: 12.03. 2017).
3. Всем миром. Год спустя [Электронный ресурс]. – URL: <http://vsemmirom.1tv.ru/> (дата обращения: 12.03. 2017).
4. Земля отчуждения. Чернобыль и его окрестности после аварии [Электронный ресурс]. – URL: <http://kommersant.ru/projects/chernobyl> (дата обращения: 12.03. 2017).
5. Индекс 2015 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.msindex.ru/archives/index-2015/> (дата обращения: 12.03. 2017).
6. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.]. ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург, 2016. – 304 с.
7. Как создать мультимедийный лонгрид [Электронный ресурс]. – URL: <http://mediatoolbox.ru/longread/> (дата обращения: 12.03. 2017).
8. Колесниченко А. Лонгрид как жанр журналистских материалов [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/1691> (дата обращения: 16.10. 2016).
9. Фонд «Медиастандарт» представил индекс развития медиасферы-2016 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.msindex.ru/news/2016-12-19/fond-mediastandart-predstavil-indeks-razvitiya-mediasyery-2016/> (дата обращения: 12.03. 2017).

**А. В. Зайцева**

### **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕКАНАЛА «РУССКИЙ ЭКСТРИМ»**

В нашей стране все чаще стали открываться новые спортивные залы, все ярче становится пропаганда здорового образа жизни. В школьную программу включают занятия по военно-спортивному воспитанию, в Олимпийские игры – новые виды спорта (например, скалолазание). В России активно развивается спортивное просвещение.